

DESIGNGUIDE

Version 1.0 december 2015

OUR GOAL

IS TO
IMPROVE LIFE
QUALITY WITH
TECHNOLOGY



INDHOLD:

Cachet har brug for sikre deres strategiske kommunikation til deres visuelle kommunikation ved opstart af centret. Opgaven inkluderer udvikling og gentænkning af logo, strategisk grafik til den visuelle profil til opstartskommunikation både on- og offline. Der er brug for en udvikling og målretning af strategiske grafiske elementer og billedmaterialet, som er tilpasset målgruppen.

Den samlede visuel kommunikation skal informere forskere både nationalt, men også internationalt og samarbejdspartnere om centeret. Derfor skal der være et visuelt fokus som også rummer det internationale forskningsmiljø. Det er vigtigt for Cachet at fremstå som en samlet gruppe og dette skal derfor understøttes visuelt.

Der skal ubeskrives en visuel identitet som består af logo, font, farver, en beskrevet billedstil og en billedbank i en designguide. Heri fastlægges brug af farver, kommunikationsstilen og brugen af logoet, herudover skal der tages stilling billedestil og anvendelsen af strategiske design elementer.

Derudover skal også udvikles strategiske grafiske elementer og informationsgrafik. Dette skal sikre målrettet og effektiv fremtid brug af grafiske elementer og billeder. Disse tiltag skal sikre at Cachet position konsekvent understøttes og er tilpasset målgruppe.

**“ OUR VISION IS TO
PROMOTE AND SUPPORT
HEALTHY LIVING, ACTIVE AGEING,
AND CHRONIC DISEASE
PREVENTION AND
MANAGEMENT ”**

GRUNDELEMENT:

Museo Sans Rounded

Museo Sans Rounded 100
Museo Sans Rounded 300
Museo Sans Rounded 500
Museo Sans Rounded 700
Museo Sans Rounded 900
Museo Sans Rounded 1000

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzæøå
1234567890
@. : , ; # % & * '

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzæøå
1234567890
@. : , ; # % & * '

TYPOGRAFI:

Museo Sans Rounded

Museo Sans Rounded er Cachet's identitets-skabende typografi, som primært bruges til professionelt brug. Skriftypen Museo Sans Rounded egner sig bedst til rubrikker, manchetter, citater og andre typer af korte tekster. Den fungerer også godt i versaler. Overalt gælder det om at sikre en god læsbarhed. Skriftypen bruges som udgangspunkt til alle overskrifter og andre steder, hvor teksten gerne må have en særlig karakter. Den bruges i alle trykte og digitale medier, som bliver produceret af Cachet.

I SiteCore anvendes Museo sammen med Neo Sans som er DTU's logotype. Denne anvendes primært fordi Cachet lancerer på DTU's plat form som udelukkende understøtter Neo Sans. Hvis der skiftes platform ænders dette til Museo Sans Rounded som i de øvrige kommunikations platforme.

Til matematisk formler bruges Times New Roman.

GRUNDELEMENT: LOGO ALTERNATIV 1

LOGO + NAVNETRÆK VARIATIONER OG PRIORITERING

Logo består af centerets kaldenavn + navnetræk med centerets fulde navn + rødt grafisk element

Logo og især navnetrækket skal fremstå klart og tydeligt, når det optræder på fotobaggrund. Samme hensyn tages ligeledes, når det fremgår på farvet baggrund.

1. PRIORITET



Logo med centerets kaldenavn i lysblå + navnetræk med centerets fulde navn i tre linjer i sort + rødt grafisk element 1. prioritet.

Vælges med mindre, det det på grund af størrelsesforhold og synlighed og samarbejdsinstitutionerne på anden måde fremgår tydeligt i tekst eller billeder.

2. PRIORITET



Logo med centerets kaldenavn i hvid + navnetræk med centerets fulde navn i tre linjer i hvid på i lysblå baggrund + rødt grafisk element er 2. prioritet.

Vælges hvis 1. prioritet ikke er muligt på grund af læsbarhed, størrelsesforhold eller farve f.eks. website, LinkedIn, bannerannoncer eller kuglepenne.

3. PRIORITET



Logo med centerets kaldenavn i sort + navnetræk med centerets fulde navn i sort + rødt grafisk element 3. prioritet.

Vælges hvis 1. prioritet eller 2. prioritet ikke er muligt på grund af læsbarhed, størrelsesforhold eller farve f.eks. website, LinkedIn, bannerannoncer eller kuglepenne.

GRUNDELEMENT: FARVER

Logo farver og primær farver:



CMYK:
60-0-15-0
RGB:
97-195-217
HEX:
#61c3d9



CMYK:
5-100-75-5
RGB:
213-11-51
HEX:
#d50b33



CMYK:
0-0-0-0
RGB:
255-255-255
HEX:
#ffff



CMYK:
0-0-0-100
RGB:
0-0-0
HEX:
#000000

Sekundær farver:



CMYK:
100-80-25-20
RGB:
23-57-108
HEX:
#17396c



CMYK:
70-0-35-0
RGB:
53-182-180
HEX:
#35b6b4



CMYK:
70-0-100-0
RGB:
82-174-50
HEX:
#52ae32



CMYK:
40-0-100-0
RGB:
175-202-11
HEX:
#afca0b



CMYK:
5-15-100-0
RGB:
248-209-0
HEX:
#f8d100



CMYK:
0-75-100-0
RGB:
234-91-12
HEX:
#ea5b0c



CMYK:
5-100-0-5
RGB:
79-100-50
HEX:
#d6007a



CMYK:
50-50-0-0
RGB:
145-133-190
HEX:
#9185be



CMYK:
75-100-0-0
RGB:
102-36-131
HEX:
#662483

Gråskala:



CMYK:
0-0-0-75
RGB:
100-99-99
HEX:
#646363



CMYK:
0-0-0-55
RGB:
146-146-146
HEX:
#929292



CMYK:
0-0-0-40
RGB:
178-178-178
HEX:
#b2b2b2



CMYK:
0-0-0-20
RGB:
218-218-218
HEX:
#dadada

FARVER:

Cachet har en farvepalette bestående af 4 primær farve + 5 sekundære farver + en gråskala. Alle farver skal være de primær brugte og de må bruges i procentvis gengivelse.

Primær farve:

Disse 4 farver bruges som gennemgående farver og indgår i logoet. Her er der valgt farver om relaterer til sundhedsområdet, den lyse blå + klar rød + hvid. Den røde skal bruges i begrænset omfang da den har en stærk signalværdi som vil udvandes ved overdrevet brug. Derudover signalere den også fare og denne assosiation skal ikke opstå i for høj grad.

De kan også bruges som tekstfarve til at skabe genkendelighed med.

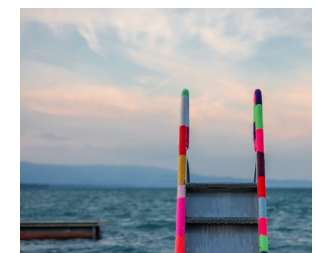
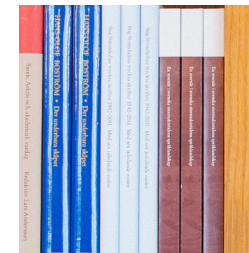
Sekundære farver:

Derudover findes der 5 sekundære farver som kan bruges til at opnå kontrast med i strategiske grafikker. Der kan der også bruges sekundære farver som tekstfarve for at understøtte en bredere vifte af budskaber.

Gråskala:

Som et supplement til de primær og sekundære farver finder der også 4 gråtoner.

GRUNDELEMENT: BILLEDESTIL



STIL OG TONE:

Overvejende lys, med stor kontrast og enkelt spot fatverbilleder. Der bruges så vidt muligt naturligt lys.

BUDSKABER:

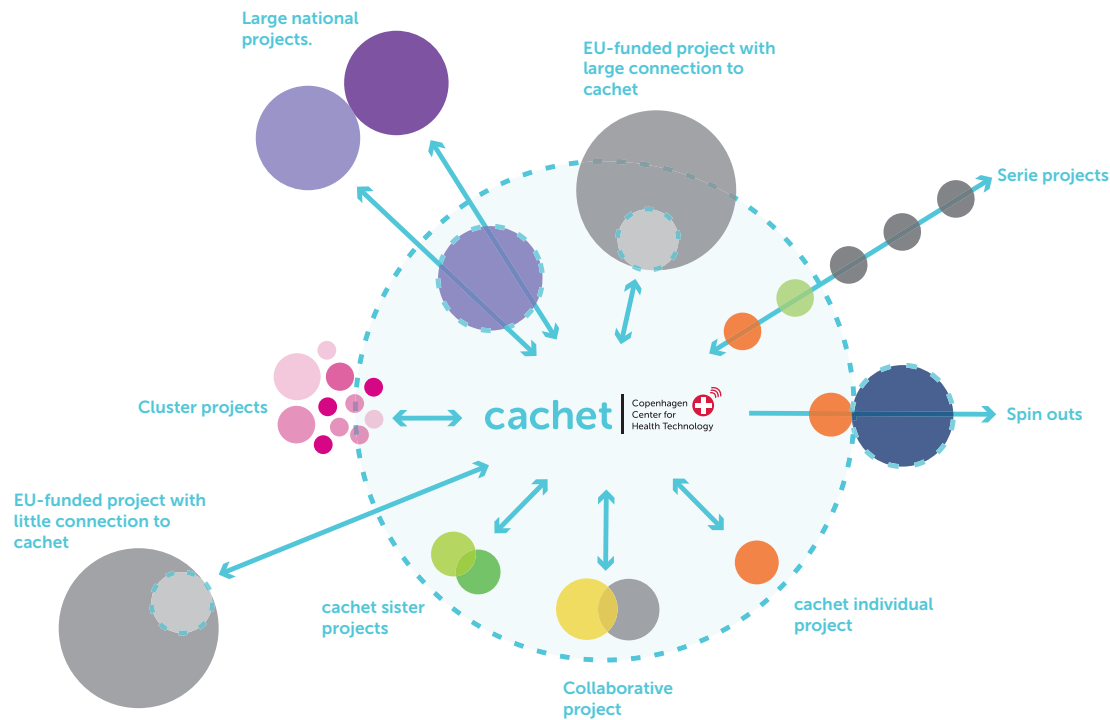
Forskning: Det er vigtigt at signalere forskning på en måde som ikke "kun" er laboratorier, dog stadigvæk er professionalismismen i centrum, men mere handler om mødet med mennesket og integrationen i hverdagen. Det er vigtig at bløde op og få menneskerne i fokus. Der vælges billeder som også kan illustrere et internationalt forskningsmiljø, men som har et nordisk islæt.

Sundhedsteknologi: Billeder af aktive mennesker i forskellige aldre kan illustrere hvad der sker når man som kroniker er inde i et stabilt behandlingsforløb. Her anvendes også billede arbejdsituationer og mobile devices som bruges til at aflæse medicin. Her kommer også samfundsrelevansen til udtryk.

Hverdagen: Elementer som leder tankerne hen på en aktivitet fra almindelige menneskers hverdag og som afkodes til at have været brugt til aktiviteter, store og små. Naturbilleder af kendte ting skal fungere som en modvægt til teknologien.

GRUNDELEMENT: STATEGISK GRAFIK

THE FLEXIBLE RESEARCH MODEL OF CACHET



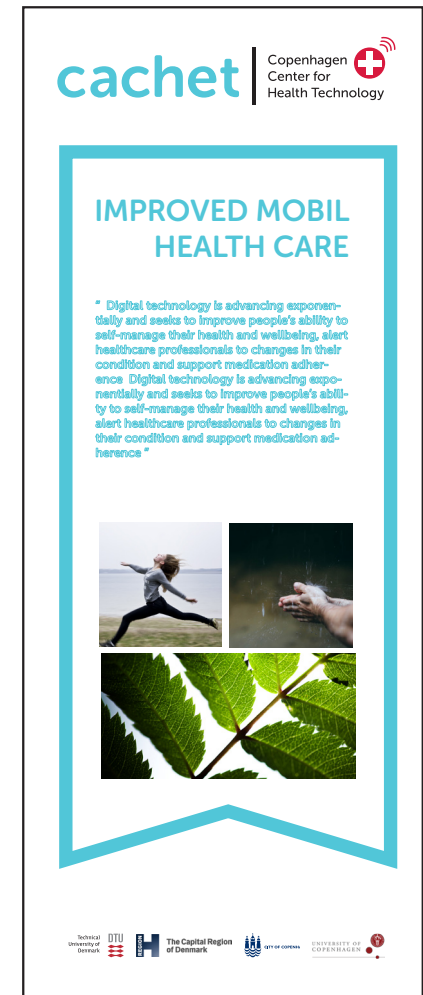
STREG:

Ud fra udvalgte budskaber laves der informationsgrafikker som kan hjælpe forståelsen og visualiseringen af budskaber.

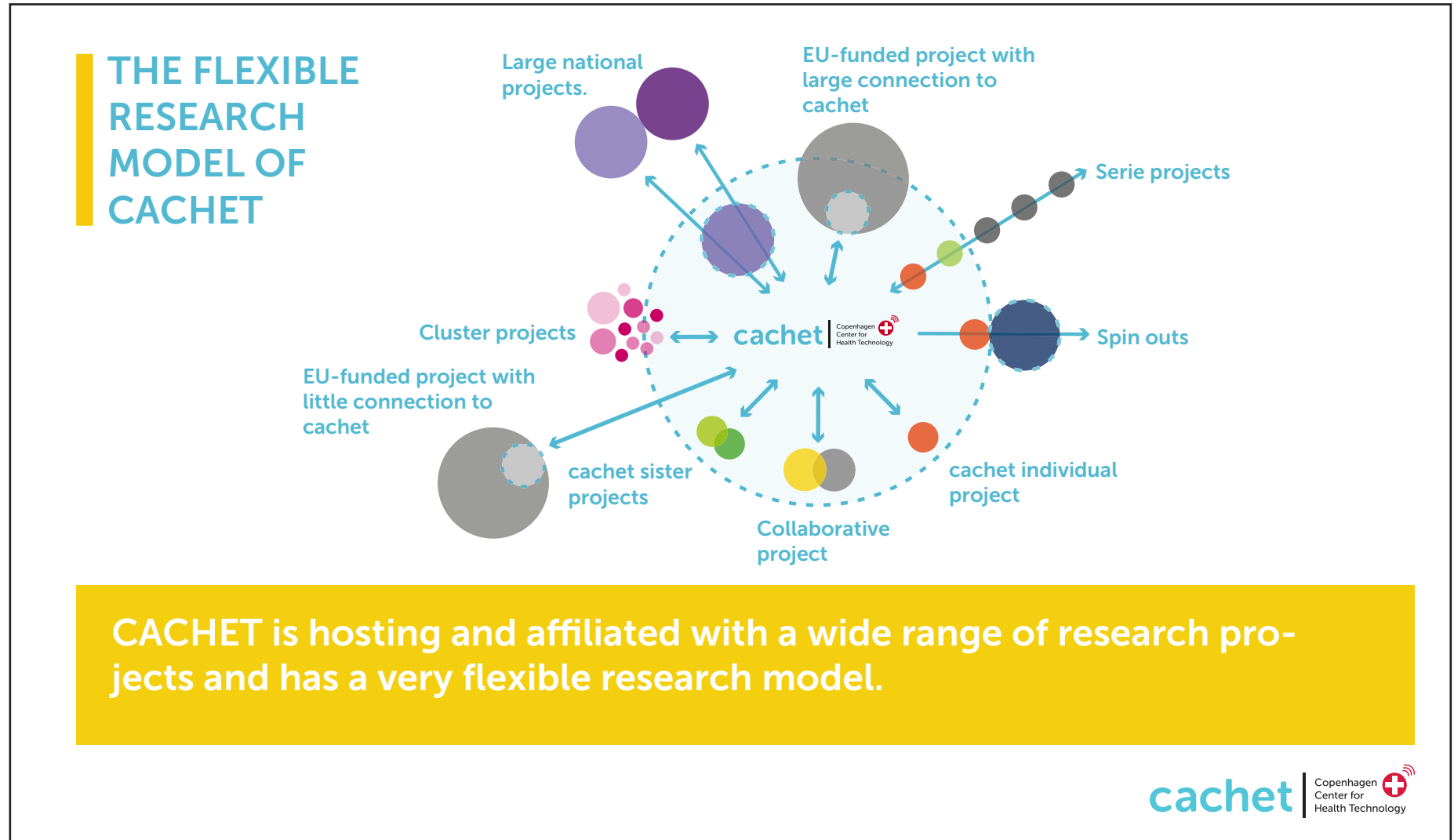
FARVER:

Her bruges primært farver fra den sekundære farveskala + gråskalaen for at skabe genkendelse og stadig differentiering fra logo farverne. Men også farver fra den primære gruppe (især den lyse blå) anvendes til at skabe genkendelighed. Den røde farve skal kun anvendes i begrænset omfang for ikke at slide på signalværdien. Alle farver kan vises i alle niveauer af tranperance.

DESIGN EKSEMPLER: ROLL UP MED STATEGISK GRAFIK



DESIGN EKSEMPLER: POWERPOINT MED STATISK GRAFIK





Jakob Eyvind Bardram,
Richard Petersen Plads, bygning 322
2800 Kgs. Lyngby

Grafisk design:
©Tina Sundstrup, **FORMSPROGET**
- strategisk visuel kommunikation

December 2015